

Thursday, 29. July 2010

## **Der Magier - Interview mit dem Verleger und Harry Potter-Entdecker Barry Cunningham**

Wer weiß, ob Harry Potter jemals das Licht der Welt erblickt hätte, wäre das Manuskript nicht eines Tages auf dem Schreibtisch von Barry Cunningham gelandet. J.K. Rowlings Text war davor schon von vielen Verlagen abgeschmettert worden. Für ein Kinderbuch sei die Geschichte viel zu lang und die Welt von Hogwarts zu komplex, so hieß es einhellig. Cunningham, seinerzeit Lektor beim englischen Verlag Bloomsbury war anderer Meinung. Er sah in dem Manuskript etwas Einzigartiges und es gelang ihm seinen Verleger zu überzeugen. Der Rest ist Geschichte.

Heute ist Barry Cunningham selbst Verleger und hat das Harry Potter-Modell erfolgreich auf seinen eigenen Verlag Chicken House übertragen. Cunningham gibt jungen, unbekanntem Autoren eine Chance. Autoren, an die er selbst glaubt und von denen er überzeugt ist. Dabei ist ihm Eines besonders wichtig – seine Autoren müssen in ihren Geschichten mit einer authentischen Stimme zu den Jugendlichen sprechen.

Im Zuge der Einführung seines Verlages in Deutschland hatte ich die Gelegenheit, Barry Cunningham persönlich kennenzulernen. In dem Interview, was ich mit ihm geführt habe, wirkt er äußerst entspannt, obwohl wir ihm nur wenige Minuten zuvor einen gehörigen Schrecken eingejagt hatten. Um ihm auf unser Alternate Reality Game für Numbers einzustimmen, hatten wir uns erlaubt, einen verstörende Empfangsbotschaft in seinen Hotelfernseher einzuspeisen.

Als die Kamera abgeschaltet war, verriet er mir noch, dass er seinen Autoren eine besondere Behandlung angedeihen lässt. So lässt es sich der Verleger nicht nehmen, J.K. Rowling und Cornelia Funke zu bekochen, wenn sich die Gelegenheit dazu bietet. Sehr fürsorglich, der Mann!

Spannende BBC-Dokumentation „Harry Potter und Ich“ u.a. mit Barry Cunningham:

- Teil 1
- Teil 2
- Teil 3
- Teil 4
- Teil 5
- Teil 6
- Teil 7

Geschrieben von Thomas Zorbach in Aktuelle Fallbeispiele, Alternate Reality Gaming, Fans, In eigener Sache, Vermischtes um 11:57

Wednesday, 28. July 2010

## **Knapp war die Zeit – Epilog zum Alternate Reality Game für den Jugendthriller „Numbers“**

ARG-Trailer (english) from alternaterealitygame on Vimeo. Vor einem Jahr haben wir begonnen, an einem Projekt zu arbeiten, das sich schnell zu einem der spannendsten entwickelte, das wir bei vm-people bislang umgesetzt haben. Auftraggeber: der Hamburger CARLSEN Verlag, Marktführer im Kinder- und Jugendbuchbereich und bekannt für Bestseller wie Harry Potter oder die Biss-Reihe.

Unser Kunde hatte von Anfang an ziemlich klare Vorstellungen, was er von uns wollte – ein Alternate Reality Game für den Spitzentitel im ersten Programm von Chicken House Deutschland. Ein neuer kleiner Verlag unter dem Dach von CARLSEN, angeführt von keinem Geringeren als Barry Cunningham, dem „Entdecker“ Harry Potters und persönlichen Vertrauten von J.K. Rowling.

Von Beginn an war uns klar, dass wir neue Wege beschreiten würden müssen, wollten wir mit dem Projekt Erfolg haben. Denn noch nie zuvor hatten wir versucht, Jugendliche für Transmediales Storytelling in Form eines Alternate Reality Games zu begeistern. Die Anforderung war also, das Genre ein Stück weit neu zu erfinden.

Zu den Neuerungen, die im Laufe von „Die Zeit wird knapp“ entstanden, zählt unter anderem, die Webseite „Folge-dem-Kaninchen“, auf der sich ARG-Interessierte anmelden können, um über den Start einer neuen Geschichte informiert zu werden und eine ARG-Fanpage auf Facebook.

Neu war auch die Idee, die Ereignisse in Form einer Nachrichtensendung (ARG-Newscasts) zu dokumentieren, um sporadischen Teilnehmern mit wenig Zeit das Mitverfolgen der Geschichte zu erleichtern. Die Doku-Clips feierten Premiere auf Thalia.de.

Aus wirtschaftlicher Sicht haben sich die Erwartungen des Verlags inzwischen erfüllt. Mit über 22.000 verkauften Exemplaren von „Numbers“ (laut Media Control, Stand: Ende Juli 2010) hat das ARG für die richtigen Zahlen gesorgt. Genauso wichtig für uns als ARG-Produzenten, ist aber das Feedback der Mitspieler und die Begeisterung mit der das ARG aufgenommen wurde.

Für alle, die sich dafür interessieren, welche Etappen es in der Planung und Umsetzung von „Die Zeit wird knapp“ gegeben hat, haben wir jetzt eine Chronologie der Ereignisse zusammengestellt. Viel Spaß beim Durchklicken!

Die Zeit wird knapp - Ein ARG für den Jugendthriller Numbers [View more presentations from vm-people GmbH.](#)

Weiterführende Links:

Fallstudie lesen  
SPIEGEL ONLINE über „Die Zeit wird knapp“  
Bericht des Schweizer Fernsehens

Geschrieben von Thomas Zorbach in Aktuelle Fallbeispiele, Alternate Reality Gaming um 15:46

Tuesday, 27. July 2010

### **Tusch, Konfettiregen, Viralia ...**

Aus gegebenem Anlaß einen Glückwunsch an unsere Sophia. Nach zwei Jahren unter der strengen Aufsicht ihres Ausbilders Amos hat sie ihre Lehre zur Mediengestalterin nun mit Bravour abgeschlossen. Zur Feier des Tages gab es ein paar warme Worte und ein Gläschen aus der hauseigenen Sektkelterei.

Neben Mediengestaltern bildet vm-people übrigens auch Marketing- und Veranstaltungskaufleute aus. Interessenten können sich gerne bei uns melden!

Geschrieben von Thomas Zorbach in In eigener Sache um 10:39

Monday, 26. July 2010

## **Rechtschreibung 2.0 - Der Clip zu unserer prämierten PONS-Kampagne**

Geschrieben von Thomas Zorbach in Aktuelle Fallbeispiele um 19:00

### **Frisch gepflückt: Lorbeeren vom ADC**

Heute Morgen hatte der Postbote was Nettes für uns abzugeben. Eine Urkunde vom Art Directors Club. Ausgezeichnet wurde unsere integrierte virale Kampagne für PONS.

Nach Silber beim Direkt Marketing Award und Gold beim BuchMARKT-Award, jetzt also noch ein Sonderlob von Deutschlands höchster Kreativinstanz. Wir freuen uns! Auch deswegen, weil an dieser Kampagne fast jeder bei vm-people seinen Anteil hatte.

Zur PONS-Kampagne

Geschrieben von Thomas Zorbach in Aktuelle Fallbeispiele, In eigener Sache um 12:48